



TITLE:

# 小賣規模の大小と小賣費用との關係

AUTHOR(S):

谷口, 吉彦

---

CITATION:

谷口, 吉彦. 小賣規模の大小と小賣費用との關係. 經濟論叢 1930, 31(1): 140-147

ISSUE DATE:

1930-07-01

URL:

<https://doi.org/10.14989/129903>

RIGHT:

會學濟經學大國帝都京

# 叢論濟經

號 一 第

卷一十三第

行發日一月七年五和昭

## 論 叢

簿記の出發に於ける一問題 . . . 法學博士 上野 道輔

戸數割に於ける調整 . . . 法學博士 神戶 正雄

數學的經濟學の論理的構造 . . . 文學博士 米田庄太郎

購買力平價說の一考察 . . . 文學博士 高田 保馬

## 時 論

米國移民法の改正に就いて . . . 法學博士 末廣 重雄

## 說 苑

東京市中心地晝間人口調査に就いて . . . 法學士 金谷 重義

銀行の信用膨脹に就いて . . . 經濟學士 中谷 實

## 雜 錄

小賣規模の大小と小賣費用との關係 . . . 經濟學士 谷口 吉彦

都市の經濟的概念と本質 . . . 經濟學士 大谷 政敬

## 法 令

賠償金特別會計法中改正・市町村義務教育費國庫負擔法中改正・輸出補償法

## 附 錄

新着外國經濟雜誌主要論題

## 雜 錄

### 小賣規模の大小と 小賣費用との關係

谷 口 吉 彦

#### 一 商業の大規模化

百貨店の繁榮と小賣店の窮迫といふ二つの事實を對照させて、われ／＼は商業においてもまた、工業におけると同じく、企業の集中および大規模化の傾向が、實際に行はれてゐるものと考へる。

元來企業集中の行はれるのは、大規模經營による生産費の遞減、即ち費用遞減の法則の行はれてゐることが、その根柢をなしてゐる。生産費の遞減による商品のより安價な提供、これが唯一の經濟的競争であり、この競争によつて、小規模經營の沒落、大規模經營の繁榮を招來するものと考へられる。

然るに工業において費用遞減の法則が行はれ、從つて大規模經營の著しく有利となるのは、それが生産過程をその中に含み、技術的要素を多量に包含するからであると考へられる。之に反して商業にあつては、生産過程をその中に包含しないから、技術的要素は僅かに、分類・包裝等の僅少の部分に限られる。このことから、大規模經營による費用遞減の法則は、商業にあつては、工業におけるほどには、明瞭に現はれてこないであらうと想像される。それにも拘らず、商業においてもまた、大規模經營の有勢な事實が現はれつゝあるのは、何故であらうか？

大規模商業ことに大規模の小賣商業の長所として、學者の説く所を見るに、對内經營における利益としては、分業および分科の利用、資本回轉の促進等であり、對外經營上の利益としては、仕入上の利益および販賣上の利益があげられる<sup>1)</sup>。これら二つの長所は、然らば如何なる割合で、もしくは何れかの一方が主因となつて、大規模の長所を齎らしてゐるのであらうか？今も

1) 戸田海市博士：商業經濟論（大正十三年）一三八——一四〇頁  
F. E. Clark; Principles of marketing (1925) P. 208.

し大規模商業の長所が、對内經營の利益よりも、むしろ主として仕入および販賣上の利益よりなるものであることが、實證されたとすれば、商業の大規模化と工業の大規模とは、多少その意味を異にするであらう。そこで問題は、小賣商業における經營規模の大小が、現實において、その經營費用に如何なる影響を及ぼすか、換言せば、小賣商業においても費用遞減の法則が行はれて、大規模となるに従ひ經費は遞減されるか否かを實際に研究するにある。

然るにかくの如き實證的研究は、資料の備はらぬために、困難なこと、されてゐる。近著の雑誌 *Zeitschrift für Handelswissenschaftliche Forschung* に發表された Dr. Kosiol 氏の論文は、この點につき參考となりうるものと思はれるから、こゝにその概要を紹介することとする。

## 二 小賣規模の大小を區別する標準

實證的研究の結果を紹介するに先だち、之に關聯する二三の點につき考察せねばならぬ。第一に小賣經營

の規模を區別するには、何を標準とすべきかの問題がおこる。

すべての小賣部門および小賣形式に通ずる一般的標準を發見することは困難である。それ故に問題は、同一部門および同一形式の小賣店にのみ通用する標準を何れに求むるかにある。例へば百貨店と小賣店とはその形式を異にするから、各々の經營規模の大小を區別するには、別々の標準をとり得るが如きこれである。

經營の大小を區別する場合に、最も普通に採用する標準には二つある。一は従業員の数による區別、二は賣上高の多少による區別これである。前の場合に、販賣員のみを数をとるか、または他のすべての従業員をも加ふべきかは問題であるが、經營の擴大とともに他の従業員も増加すべきであるから、すべての従業員をもつてすべきであらう。後の場合即ち賣上高をもつてする場合には、更に多くの問題がある。第一に賣上高は、經營の大小に變化なくとも、時によつて屢々大なる變動を來すことがある。第二に賣上高は、經營

2) E. Kosiol; Der Einfluss der Betriebsgrösse auf die Kostengestaltung im deutschen Einzelhandel. (Z. für H. F. 24. Jahrgang 3. Heft. März 1930).

規模の大小の外に、資本回轉の多少によつて、甚しい相違を來すことがある。第三に賣上高の多少は、むしろ經營規模の一の結果であつて、規模そのものを直接に表示する基礎とはなり得ない。以上の理由により、賣上高の多少を標準とすることは、一の補助手段としての意味を有つであらう。

従業員によるものと賣上高によるものとの外に、更に總經費の多少によつて區別することもできる。蓋し規模が大なれば大なるほど、之に要する總經費も大なるべきが故である。けれども經費の多少はまた、經營の巧拙、經營政策の相違等によつても左右さるゝこと多く、必ずしも經營の大小に比例するものではない。のみならず吾々の問題は、經營の大小が如何に經費の多少に影響するかにあるのであるから、この場合の經營の大小は、他の何等かの標準によるべきものであらう。

最後に拂込資本の多少によつて、經營の大小を區別することは、工業會社については普通に行はるゝ所で

ある。この方法は百貨店には適用されうるけれども、普通の小賣店では資本の大小は殆んど知り難い。のみならず拂込資本の多少は、主として資本信用を示すものであり、工業會社にあつては、それは經營規模を決定する基礎となりうるものであるが、商業にあつては、資本信用よりもむしろ流通信用が重きをなすから、拂込資本は必ずしも商業經營の規模を示すものではない。従つて拂込資本による方法は、それが可能な場合でも、必ずしも正確な標準とはなり難いと思はれる。

かくの如き理由から、普通小賣店の大小を區別する標準として、コジオル氏は従業員數(店員數)をとり、百貨店の大小を區別する場合にのみ賣上高をとつてゐる。

### 三 小賣費用を決定する標準

言ふまでもなく、小賣費用の絶對額が問題となるのではない。小賣費用は他の何等かの量に對する相對數としてののみ、問題となる。然らばそれが對比さるべき數

量を何に求むべきか？ 從來の研究においては、殆んど例外なく、賣上高を採り、賣上高 $\frac{KP}{UP} \times 100$ に對する經費の割合（賣上當りの經費）を標準とする。この方法は、さきに示した賣上高の多少をもつて經營規模の大小を區別する方法と對應するものである。然るにまた、さきに見たるが如く、従業員の多少によつて規模の大小を區別する方法に對應して、經費決定の標準をもまた従業員にとり、店員當りの經費を比較研究することも出来る。

いま經費をK、賣上高をU、店員數をPとする時は、  
第一に賣上當りの經費は、 $KU = \frac{K}{U} \times 100$  で現はされ、

第二に店員當りの經費は、 $KP = \frac{K}{P}$  で現はされ、

第三に店員當りの賣上高は、 $UP = \frac{U}{P}$  で現はされる。

然る時はこれら三つの關係は、簡単に次の如くなる。 $KU = \frac{KP}{UP} \times 100$  何となれば、第二、第三から、 $\frac{KP}{UP} = \frac{K}{U} \cdot \frac{U}{P} = \frac{K}{P}$  となり、第一により $KU = \frac{K}{U}$

であるから、 $KU = \frac{KP}{UP} \times 100$  となる。

然らば $KU = \frac{KP}{UP} \times 100$ は何を意味するか？

第一に、店員當りの經費KPがあがつても、店員當りの賣上高UPが、より以上の程度にあがる時は、賣上當りの經費KUは低下する。

第二に、店員當りの經費KPが下がつても、店員當りの賣上高UPが、より以上の程度に下がらないときは、賣上當りの經費KUは低下するといふことである。

#### 四 ドイツにおける實證的研究

ロジオル氏の前記の研究は、Ausschuss zur Untersuchung der Erzeugungs- und Absatzbedingungen der deutschen Wirtschaft. III. Unterausschuss, 9 Arbeitsgruppe (Handel) の調査報告として、最近に發表せられた浩漭な資料にもとづき、これに Institut für Konjunkturforschung の材料を参照したものであるから、この點において相當に權威あるものと見なければならぬ。いま百貨店および消費組合に關する分を別とし、

掲げる。

商 店 別	規 模 の 大 小 (店 員 數)	店員當り賣上高 (千マルク)		總 經 費	給	料	租	稅
		前年	本年					
植民地商品 (砂糖、茶、コ ーヒー等)	一(一)人 二(六)人 三(三)人 四(六)人以上	一三、一 一四、六 一五、六 一八、二	一五、七 一六、八 一八、五 二一、六	一八、二 一〇、五 一〇、三 一五、九	一八、二 一〇、六 一〇、二 一四、八	三、七 三、一 三、一 五、二	三、二 三、一 三、一 三、四	二、五 二、四 二、六 二、五
バターその他	一(一)人 二(六)人 三(三)人以上	二九、九 三三、六 三〇、九	四三、二 三三、五 三五、七	一八、〇 一七、六 一七、三	七、六 一〇、三 一〇、八	一、六 一、八 一、三	一、五 一、五 一、三	〇、九 〇、八 一、六
菓子類 (チョコレート)	一(一)人 二(三)人 三(五)人以上	一一、六 一〇、二 一六、五	一一、八 一一、七 一五、九	五、五 五、八 七、八	三、三 三、一 一八、四	一、五 一、四 一、四	二、二 二、〇 二、〇	二、一 二、一 二、一
魚 類	一(一)人 二(三)人 三(五)人以上	一〇、〇 一一、六 一八、三	一一、二 一二、七 一二、三	一三、九 一三、五 一九、六	一三、八 一三、八 一四、三	一、九 一、四 一、六	二、四 二、四 二、五	一、五 一、七 一、四
藥種 乾物	一(一)人 二(三)人 三(八)人以上	一一、五 九、三 一八、四	一三、三 一一、〇 一〇、五	六、三 五、三 五、〇	一五、〇 一八、一 二二、九	一、八 一、六 一、三	二、九 二、九 二、三	二、六 二、四 二、六
金 物 (鐵 器)類	一(一)人 二(八)人以上 三(三)人以上	一一、八 一三、五 一四、五	一五、一 一七、一 一七、一	六、五 七、二 七、二	一六、七 一〇、六 二〇、五	一、七 一、八 一、三	三、五 三、五 三、〇	二、六 二、三 二、七

[illegible]



白 (全國聯合) 布類	帽 子 類	靴 類	皮 革 類
二(六—二〇) 三(三人以上)	一(一—二) 二(三—七) 三(八人以上)	一(一—二) 二(三—七) 三(八—三〇) 四(言人以上)	一(一—二) 二(三—七) 三(八—三〇)
一七、五 六、二	一四、四 二七、七	八、八 一〇、九 八、五	三、三 二、四 九、四
一九、一 一五、九	一六、七 二四、九	一〇、四 一三、一 二、三	二六、五 二五、八 三、九
七、九 四、六	四、七 六、一	四、七 六、三 一〇、二	三、六 三、六 一〇、六
一八、七 三、八	二五、〇 九、〇	二一、〇 一四、六 三、六	一〇、三 三、九 一五、四
二〇、七 二四、四	一三、二 一六、三	一一、八 一四、三 二、二	九、二 二、〇 一五、〇
二五、九 六、三	一六、四 三、〇	二五、三 二、四	九、九 一六、六
一〇、五 一、九	九、八 一、七	七、〇 五、五 九、七	三、三 六、三 六、六
一三、七 一、四	一五、六 一、六	一〇、六 五、六 一〇、〇	二、六 二、六 七、四
一〇、六 一、四	一六、一 三、七	一八、一 六、六 三、二	二、八 四、七 八、二
三、〇 三、〇	四、一 三、七	三、〇 三、五 二、五	三、〇 二、九 二、六
二、二 二、三	三、五 四、二	二、八 二、七 一、九	二、二 二、二 二、〇
二、四 二、三	三、八 四、二	二、七 二、四 一、三	二、三 一、八 一、八

## 五 結 果

(一) 店員當りの賣上高を見るに、經營規模の大なるに従ひ、一人當りの賣上高の遞増するもの(植民地商品、菓子類、金物類、靴類)と、遞減するもの(白布類、帽子類、皮革類)と、初め遞減して後に遞増するもの(バターその他、藥種乾物類、織物類)と、初め遞増して後に遞減するもの(男子服類、婦人服類)とのあることを知る。即ち店員當りの賣上高に就いては、小賣部門を異にするによりて異り、一般的傾向を認むる

ことは困難の様である。

(二) 賣上當りの經費を見るに、殆んどすべての部門において費用遞増の傾向が顯著に看取される。たゞ菓子類(二)、白布類(二)において一二の例外を示してゐるに過ぎない。

思ふに經營規模の擴大とともに、店員當りの賣上高の減少するもの(白布類、帽子類、皮革類)にあつては、規模の大なるに従ひ、賣上當りの經費の増大するであらうことは、容易に考へらるゝが、店員當りの賣上高の遞増するもの(植民地商品、菓子類、金物類、

靴類)においてもまた、規模の擴大と共に經費の増大するのは、多少意外とする結果である。何となれば、普通には規模の擴大するに従ひ、經營を合理化して經費を節減しうるのであらうと考へられ、ことに店員當りの賣上高を遞増する場合には、この傾向は強く現はれるであらうと考へらるゝに拘らず、事實は反對に、賣上高の遞増する場合にも、經費は遞増してゐるからである。

(三) 何故に經費遞減の現象を示してゐるか? いまこの經費を更に分析して見る時は、前表下方に見らるゝ如く、賣上當りの經費の中、租税に要するものは、規模の大小によつて殆んど相違なく、經費の遞増は主として給料より來るものであることが判る。即ち店員當りの賣上高が遞増するに拘らず、賣上當りの給料もまた増加してゐるからである。何故にこの現象を來すかについてはコジオル氏も説明してゐない。たゞこの場合に、従業員の中に店主またはその家族の勞働を含んでゐるか否か、また給料の中に店主または家族の給

料を含んでゐるか否かによつて、多少の相違を來すであらうが、この點は明らかでない。何れにせよ數字に現はれた結果では、小賣規模が大なれば大なるほど、賣上當りの經費は遞増することを示してゐる。果して然らば、商業における大規模化の利益は、むしろ主として最初に述べたる仕入および販賣上の利益によるものであり、従つてそれは工業におけるそれとは、多少その意味を異にするものであらうと考へられる。